

Justyna Mokras-Grabowska*

PROGRAM „EUROPE SENIOR TOURISM” – ZAŁOŻENIA, REALIZACJA, EFEKTY EKONOMICZNE

1. Wstęp

Sezonowość jest aktualnie jednym z największych problemów światowej turystyki, powodującym znaczące spadki zatrudnienia w obszarach recepcji turystycznej. Jedną z możliwości zmniejszenia zjawiska sezonowości jest upowszechnianie aktywności turystycznej w okresie pozawakacyjnym poprzez odpowiednią segmentację rynku turystycznego i tworzenie oferty na potrzeby nowych grup konsumenckich. Szansą są także zmieniające się preferencje samych uczestników ruchu turystycznego – rosnąca świadomość i kultura wyjazdowa, swoboda wyboru destynacji turystycznych, indywidualizm oraz upowszechnianie nowych form spędzania czasu wolnego.

Możliwości łagodzenia sezonowości dostarcza m.in. turystyka społeczna, definiowana jako działalność organizowana np. przez stowarzyszenia, spółdzielnie i związki zawodowe, której celem jest zapewnienie możliwości podróżowania jak największej liczbie osób, a w szczególności osobom należącym do najmniej uprzywilejowanych grup społeczeństwa (*Działania na rzecz rozwoju...* 2010). Beneficjentami turystyki społecznej są więc także osoby starsze, które mają z reguły ograniczone możliwości finansowe i organizacyjne uczestnictwa w wyjazdach turystycznych.

Analizując sytuację społeczno-demograficzną krajów europejskich, za-

* WSTH w Łodzi, ul. Senatorska 11, 93-192 Łódź, e-mail: justyna.mokras-grabowska@wsth.edu.pl.

uważalny jest stopniowy proces starzenia się społeczeństw. Spośród całej populacji Unii Europejskiej (ponad 500 mln ludności) ponad 90 mln (19%) to osoby w przedziale wiekowym 55–80 lat (*Evaluation of the profitability...* 2010). Najbardziej starzejącymi się państwami wspólnoty są: Niemcy, Austria, Francja, Hiszpania, Belgia, Holandia oraz kraje skandynawskie.

Podobna sytuacja ma miejsce w krajach Europy Wschodniej, gdzie po zmianach politycznych w latach 90. XX w. wyraźnie zmalał przyrost naturalny. W Polsce od 1995 r. liczba osób w wieku powyżej 50 lat znacząco wzrosła z ok. 25% do ponad 34%. Najliczniejszą grupą są w tym przypadku osoby w wieku powyżej 70 lat (ok. 3,7 mln) oraz 50–54 lata (ok. 3 mln)¹. Ponadto szacuje się, że osoby starsze są najmniej aktywnym sektorem na rynku turystycznym – w 2005 r. seniorzy w wieku powyżej 60 lat uczestniczyli w wyjazdach turystycznych jedynie w 29,1% (*Analiza rozwoju...* 2007).

Według prognoz Eurostatu proces starzenia się ludności będzie postępował. Przykładem mogą być Włochy, gdzie w 2010 r. odsetek ludności w wieku powyżej 65 lat wynosi 20,3%, natomiast według prognoz w 2030 r. wyniesie aż 26,20%. Tym samym sektor osób starszych nabiera coraz większego znaczenia na rynku turystycznym, zwłaszcza w krajach Europy Zachodniej.

Za podstawowe cechy tej grupy społecznej uznaje się m.in.:

- dużą siłę nabywczą (w Niemczech, Austrii, Szwajcarii i krajach skandynawskich jest to nawet sektor z najwyższą siłą nabywczą),
- zainteresowanie aktywnym wypoczynkiem i rekreacją (szczególnie: pływaniem, wędrownkami pieszymi, spa & wellness, gimnastyką, żeglarsstwem i golfem),
- zainteresowanie zdrowym odżywianiem,
- skłonność do płacenia wyższej ceny za wyższą jakość (m.in. nabywanie produktów luksusowych),
- radość życia.

Sektor osób starszych staje się zatem ważnym segmentem rynku turystycznego, do którego można kierować ofertę wypoczynkową zawierającą elementy turystyki aktywnej i zdrowotnej, a także obejmującą różne formy rekreacji. Kreowanie oferty turystycznej na potrzeby tego sektora

¹ www.stat.gov.pl.

rynku może także uwzględniać pobyty poza sezonem wakacyjnym, co w przypadku wielu państw stanowi jedną z alternatyw rozwiązania problemu sezonowości.

Taką właśnie ofertą jest program „Europe Senior Tourism” opracowany przez Instytut Turystyki w Hiszpanii (Turespaña)² na zlecenie organizacji Segittur³ na sezon 2009/2010. Według Planu Rozwoju Turystyki w Hiszpanii („Horizon 2020”) jednymi z najważniejszych planowanych działań w zakresie hiszpańskiej turystyki są m.in.:

- wprowadzenie nowych programów zmniejszających sezonowość ruchu turystycznego, poprzez kreowanie oferty dla nowych segmentów rynku turystycznego,
- zwiększenie innowacyjności, specjalizacja i różnicowanie produktów turystycznych,
- zaadaptowanie istniejących produktów turystycznych na potrzeby zmieniającego się rynku turystycznego.

Hiszpania ma już doświadczenie sięgające lat 90. XX w. Zrealizowano wtedy Senior Holiday Programme IMSERSO⁴, który znacząco przyczynił się do rozwoju gospodarczego kraju oraz poprawy standardu życia osób starszych. Celem programu było przede wszystkim dostarczenie oferty turystycznej osobom starszym oraz zapobieganie sezonowemu spadkowi zatrudnienia (*Analiza rozwoju...* 2007). Program ten zaliczany jest do najlepszych praktyk w zakresie turystyki społecznej w Europie. Tylko w sezonie wakacyjnym 2009–2010 wzięło w nim udział 1,2 mln uczestników, powstało 16 tys. miejsc pracy bezpośrednio w turystyce i ponad 100 tys. w pokrewnych branżach⁵. Dotychczasowe pozytywne doświadczenia, a także chęć dalszego zmniejszania zjawiska sezonowości w sektorze hotelarsko-gastronomicznym, przyczyniły się do uruchomienia programu „Europe Senior Tourism”.

Zaprezentowane w artykule dane pochodzą z opublikowanego w maju 2010 r. dokumentu pt. *Evaluation of the profitability and economic impact generated by the Europe Senior Tourism Programme*. Jest to dość

² Instytucja rządowa powołana w celu promocji turystycznej Hiszpanii na rynkach zagranicznych.

³ Organizacja publiczna, której głównym celem jest rozwój konkurencyjności i innowacyjności sektora turystyki.

⁴ Program wakacji dla osób starszych w ramach Instytutu Osób Starszych i Opieki Społecznej w Hiszpanii.

⁵ Więcej o programach IMSERSO w artykule: E. Górską (2010).

szczegółowy raport prezentujący efekty realizacji pierwszej edycji programu.

2. Charakterystyka programu

W grudniu 2008 r. Parlament Europejski rozpoczął wdrażanie programu turystyki społecznej w Europie. W 2009 r. wprowadzono program Calypso, którego głównym celem jest umożliwienie wypoczynku różnym grupom społecznym oraz osobom, którym sytuacja materialna bądź zdrowotna nie pozwala na swobodny udział w podróżach turystycznych. Celem programu Calypso jest promocja inicjatyw z zakresu turystyki społecznej w krajach Unii Europejskiej, zwiększenie liczby nowych miejsc pracy, redukcja zjawiska sezonowości, rozwój społeczno-gospodarczy krajów członkowskich oraz polityka integracyjna krajów Wspólnoty.

Program „Europe Senior Tourism” jest częścią programu Calypso, wpisując się tym samym w jego podstawowe założenia. Program zaproponowany przez rząd Hiszpanii i wspierany przez Unię Europejską ma na celu przede wszystkim aktywizację osób starszych oraz zachęcenie ich do wyjazdów wakacyjnych do Hiszpanii w okresach poza wakacyjnym szczytem turystycznym.

Pierwsza edycja programu „Europe Senior Tourism” odbyła się w Hiszpanii w okresie od października 2009 r. do kwietnia 2010 r. (*Evaluation of the profitability...* 2010). Destynacjami turystycznymi były: Baleary (Majorka, Minorka, Ibiza) oraz Andaluzyja (Costa de la Luz i Costa del Sol). Początkowy budżet przeznaczony na realizację programu wynosił 10 mln euro, z czego 5 mln euro zagwarantował Instytut Turespaña, a pozostałą część dwa partycypujące w programie regiony autonomiczne Hiszpanii. Pakiety turystyczne obejmowały pobyty: 8-, 15-, 22- lub 29-dniowe. W pakiecie uczestnikom zagwarantowano: przelot w obie strony, transfer do i z miejsca noclegu, pobyt w czterogwiazdkowym hotelu, pełne wyżywienie, dwie wycieczki z przewodnikiem, bogaty program animacyjny, ubezpieczenie i opiekę rezydenta. Sprzedaż prowadzona była przez autoryzowane biura podróży⁶ we wszystkich uczestniczących

⁶ Biurami podróży biorącymi udział w polskiej edycji programu były: Rainbow Tours (Łódź), Exim Tours (Warszawa), Warta Travel (Lublin), Invitatio (Warszawa), Euro90-Travel (Jelenia Góra), Neckermann (Warszawa) oraz Bee Free (Warszawa).

w programie krajach oraz przez Internet (*Działania na rzecz rozwoju...* 2010). W drodze przetargu administratorem programu została firma Viajes Zoetrope.

Do uczestnictwa w programie wytypowane zostały następujące kraje: Czechy, Polska, Słowacja, Węgry (kwota dofinansowania 150 euro), a także Austria, Belgia, Bułgaria, Dania, Francja, Grecja, Holandia, Irlandia, Portugalia, Rumunia, Słowenia i Włochy (kwota dofinansowania 100 euro). Z programu nie skorzystały dwa kraje: Słowenia oraz Węgry. Ostateczny koszt pakietów turystycznych po uzyskaniu dofinansowania kształtował się następująco (*Evaluation of the profitability...* 2010):

- dla krajów z kwotą dofinansowania 150 euro: 343 euro (8 dni), 488 euro (15 dni), 668 euro (22 dni), 829 euro (29 dni),
- dla krajów z kwotą dofinansowania 100 euro: 365 euro (8 dni), 524 euro (15 dni), 700 euro (22 dni), 855 euro (29 dni).

Dofinansowanie przyznał rząd Hiszpanii oraz lokalne władze dwóch regionów biorących udział w programie. Podstawowym celem uczestnictwa była idea *active aging*, czyli aktywny sposób spędzania czasu wolnego osób starszych („aktywne starzenie”) poprzez uczestnictwo w różnego rodzaju wydarzeniach kulturalnych, zdrowotnych i sportowych.

Działania promocyjne programu obejmowały m.in.: stworzenie własnej strony internetowej programu (www.europeseniorstourism.eu), promocję na portalach społecznościowych Facebook i Twitter, interaktywną broszurę, ulotki wydane w 11 językach, a także plakaty i filmy reklamowe. Zastosowano także reklamę w specjalistycznej prasie (dla osób starszych) oraz *e-mail marketing* (Włochy, Holandia, Irlandia, Belgia, Portugalia i Austria). Program był również promowany na targach turystycznych (m.in. w Utrechcie, Lille, Brukseli i Wiedniu) i podczas spotkań dla branży w poszczególnych krajach (m.in. w Polsce w listopadzie 2009 r.).

3. Charakterystyka uczestników programu

W ciągu 7 miesięcy trwania programu całkowita liczba uczestników wyniosła ok. 45 000. Planowano większą liczbę uczestników, jednak ze względu na problemy z ruchem lotniczym w kwietniu 2010 r. (wybuch wulkanu Eyjafjallajökull na Islandii), blisko 6100 lotów nie odbyło się.

Liczbę uczestników programu w poszczególnych krajach z uwzględnieniem destynacji turystycznej i kwoty dofinansowania prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Liczba uczestników programu w poszczególnych krajach według destynacji turystycznej i kwoty dofinansowania

Kraje biorące udział w programie	Liczba uczestników w obszarach recepcji turystycznej		Całkowita liczba uczestników
	Andaluzja	Baleary	
Kwota dofinansowania 150 euro	6281	1 447	7 729
Polska	5 811	1 291	7 102
Czechy	446	134	580
Słowacja	24	22	47
Kwota dofinansowania 100 euro	31 281	5 990	37 271
Grecja	14 194	1276	15 470
Irlandia	5 219	435	5 655
Włochy	4 590	946	5 536
Rumunia	2 657	1355	4 012
Holandia	1 861	215	2 076
Bułgaria	794	730	1 524
Dania	895	425	1 320
Portugalia	524	119	643
Austria	297	230	527
Belgia	250	37	287
Francja	0	220	220
Ogółem	37 563	7 437	45 000

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Z zaprezentowanych danych wynika, że liczba wszystkich uczestników w grupie krajów z dofinansowaniem 100 euro była znacznie większa i wyniosła 37 271 osób. W obu grupach krajów większość wyjazdów turystycznych odbyła się w region Andaluzji (37 563). Baleary odwiedziło pięć razy mniej turystów.

Spośród krajów z wyższą kwotą dofinansowania najliczniej z pro-

gramu skorzystała Polska (7102 uczestników ogółem)⁷. Z kolei w drugiej grupie krajów najwięcej uczestników pochodziło z Grecji (15 470), a najmniej z Francji (220, wszystkie wyjazdy odbyły się na Baleary).

Biorąc pod uwagę długość pobytów, największą popularnością cieszyły się pakiety 8-dniowe – skorzystało z nich aż 85% uczestników. Im dłuższy pobyt, tym mniejsza była liczba chętnych (pobyty 29-dniowe na Balearach w ogóle się nie odbyły).

Poziom zadowolenia uczestników z udziału w programie „Europe Senior Tourism” oszacowano na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych. Pytania dotyczyły m.in. zależności pomiędzy jakością i ceną pakietu turystycznego. Oceny dokonano za pomocą 10-stopniowej skali (1 – bardzo niezadowolony, 10 – bardzo zadowolony). Średnia ocena wyniosła 9,0. Najwyżej program został oceniony w Rumunii oraz Austrii (po 9,8), natomiast najniżej w Polsce i Holandii (po 8,2) (tab. 2).

Tabela 2. Poziom zadowolenia uczestników z udziału w programie według poszczególnych krajów

Kraje biorące udział w programie	Ocena projektu (w skali od 1 do 10)
Austria	9,8
Czechy	8,9
Grecja	8,9
Rumunia	9,8
Portugalia	8,8
Włochy	8,8
Dania	9,3
Irlandia	9,3
Bułgaria	9,2
Holandia	8,2
Polska	8,2
Belgia	-
Francja	-

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

⁷ Z danych uzyskanych z biurze podróży Rainbow Tours w Łodzi wynika, że w sezonie 2009–2010 za pośrednictwem tego biura z programu skorzystało 1300 osób.

W przypadku polskich biur podróży reklamacje dotyczyły przede wszystkim: przebiegu transferów i opieki rezydencjonalnej w obszarze recepcji turystycznej⁸. Z analizy blogów oraz grup dyskusyjnych na stronach biur podróży wynika, że ogółem uczestnicy wyrazili duże zadowolenie z uczestnictwa w programie („wspomnienia na całe życie”). Wysoko oceniane są przede wszystkim warunki noclegowe oraz usługi gastronomiczne (urozmaicona kuchnia regionalna), a także wycieczki oferowane w pakiecie. Nieliczne uwagi dotyczyły zbyt wysokich cen wycieczek fakultatywnych oraz zbyt dużego tempa zwiedzania. Pojawiły się także skargi związane z brakiem tłumaczenia na język polski przewodników w obiektach turystycznych.

Ze względu na duże zainteresowanie programem pilotażowym, zdecydowano się na kolejną jego edycję w sezonie 2010–2011. Mając na względzie uwagi uczestników z pierwszej edycji programu, nowa oferta została ulepszona. Wszystkie biura podróży biorące udział w edycji 2009–2010 zadeklarowały chęć udziału w kolejnej edycji. Dodatkowo, ze względu na duże zainteresowanie ofertą oraz jej opłacalność, niektóre biura zainicjowały własną ofertę skierowaną do seniorów (tzw. oferta 50+).

4. Efekty ekonomiczne programu

W analizie efektów ekonomicznych programu wzięto pod uwagę następujące wskaźniki: przychody związane z zakupem pakietów turystycznych, przychody związane z wydatkami turystów w obszarze recepcji turystycznej, wygenerowane nowe miejsca pracy oraz opłacalność inwestycji dla budżetu Hiszpanii.

Przychody związane z zakupem pakietów turystycznych

Bezpośredni efekt ekonomiczny związany z zakupem pakietów turystycznych wyniósł ok. 19 mln euro netto. Tabela 3 przedstawia szacunkowe bezpośrednie przychody wynikające z zakupu pakietów turystycznych w zależności od rodzaju usług oraz miejsca ich świadczenia.

⁸ Dane uzyskane przez autorkę w biurze podróży Rainbow Tours w Łodzi.

Przychody w obszarze recepcji turystycznej wyniosły ok. 12,3 mln euro (65% wszystkich przychodów), znacznie przewyższając tym samym przychody w obszarach generujących ruch turystyczny.

Tabela 3. Przychody brutto wynikające z zakupu pakietów turystycznych w zależności od rodzaju usług i miejsca ich świadczenia

Rodzaj usług w pakiecie	Przychody ogółem (w euro)	Obszar generujący (w euro)	Obszar recepcji turystycznej (w euro)
Usługi noclegowe i żywieniowe	8 566 940,80	-	8 566 940,80
Transport drogowy	397 142,95	-	397 142,95
Transport lotniczy	6 619 049,24	5 333 062,53	1 285 986,71
Sprzedaż pakietów turystycznych	1 191 428,86	1 191 428,86	-
Wycieczki krajoznawcze	397 142,95	-	397 142,95
Rozrywka i opieka rezydenta	245 850,40	-	245 850,40
Koszty promocyjno-administracyjne	115 782,59	102 122,47	1 013 660,11
Ubezpieczenie	378 231,39	-	378 231,39
Ogółem	18 911 569,26	6 626 613,87	12 284 955,39

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Przychody te wiązały się ze wszystkimi wyszczególnionymi w pakiecie turystycznym rodzajami usług, z wyjątkiem sprzedaży pakietów turystycznych. Przychody w obszarach generujących wiążą się głównie z zakupem usług transportu lotniczego (w 80% ponoszone są w krajach biorących udział w programie), a także ze sprzedażą pakietów turystycznych oraz z kosztami promocyjno-administracyjnymi. Ogółem największe przychody uzyskała jednak w tym przypadku branża hotelarsko-gastronomiczna (46,3% wszystkich przychodów).

Przychody związane z wydatkami turystów w obszarze recepcji turystycznej

W analizie założono, że wydatki turystów w obszarze recepcji turystycznej wynosiły ok. 75% ceny pakietu turystycznego⁹. Szacuje się, że średni wydatek na 1 osobodzień wynosił 34,02 euro brutto, natomiast

⁹ Średnia cena pakietu turystycznego brutto wyniosła 374,01 euro brutto.

całkowita średnia kwota wydatków poczynionych przez 1 turystę podczas pobytu wyniosła średnio 280,51 euro brutto. Całkowite wpływy z wydatków poczynionych przez uczestników programu w obszarze recepcji turystycznej wyniosły ok. 12,5 mln euro brutto.

Jak wynika z tabeli 4, największe wydatki turystów uczestniczących w programie związane były z zakupami (kupno sprzętu osobistego oraz pamiątek i produktów regionalnych – w sumie 51,7%) oraz nabywaniem napojów w hotelach, barach i kawiarniach (30,5%). Wpływy związane z zakupami wyniosły ponad 6 mln euro brutto, natomiast z nabywaniem napojów – ok. 4 mln euro brutto.

Tabela 4. Procentowy udział poszczególnych wydatków turystów w obszarze recepcji turystycznej

Rodzaj wydatków	Udział w całkowitych wydatkach turystów w obszarze recepcji turystycznej (%)
Zakup napojów w hotelach, barach i kawiarniach	30,5
Wycieczki wliczone w pakiet turystyczny	0,2
Wycieczki dodatkowe	2,1
Zakup sprzętu osobistego	17,9
Zakup pamiątek i produktów regionalnych	33,8
Rozmowy telefoniczne, korespondencja	3,5
Uczestnictwo w imprezach kulturalnych i rekreacyjnych	9,5
Inne	2,5

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Biorąc pod uwagę zarówno przychody związane z zakupem pakietów turystycznych, jak i z wydatkami turystów, oszacowano znaczenie ekonomiczne programu dla obszaru recepcji turystycznej. W tabeli 5 zaprezentowano dane dotyczące ogólnej wygenerowanej aktywności ekonomicznej w obszarze recepcji turystycznej.

Największe wpływy pochodziły z zakupu usług noclegowych, żywieniowych (w tym wydatków na napoje – w sumie ok. 12,5 mln euro brutto) oraz usług transportowych (ponad 1,6 mln euro brutto). Całkowita wartość wygenerowanej aktywności ekonomicznej brutto w obszarze recepcji turystycznej wyniosła ponad 24 mln euro. Po odliczeniu podatku VAT

całkowity przychód w obszarze recepcji turystycznej wyniósł ponad 22,5 mln euro.

Tabela 5. Wygenerowana aktywność ekonomiczna w obszarze recepcji turystycznej oszacowana na podstawie zakupu pakietów turystycznych oraz wydatków turystów podczas wyjazdów

Rodzaj usług	Wygenerowana aktywność ekonomiczna brutto (euro)	Stawka podatku VAT w %	Wygenerowana aktywność ekonomiczna netto (euro)
Usługi noclegowe i żywieniowe	8 566 940,88	7	8 006 486,80
Nabywanie napojów w hotelach, barach i kawiarniach	3 849 910,55	7	3 598 047,24
Transport drogowy	397 142,95	7	371 161,64
Transport lotniczy	1 285 986,71	7	1 201 856,74
Wycieczki w pakiecie i wycieczki dodatkowe	683 677,28	16	589 376,97
Rozrywka i opieka rezydenta	245 850,40	16	211 940,00
Koszty promocyjno-administracyjne	1 013 660,11	16	873 844,92
Zakupy	6 525 913,95	16	5 625 787,89
Pozostałe wydatki	1 956 511,92	16	1 686 648,21
Ubezpieczenie	378 231,39		378 231,39
Ogółem	24 903 826,14		22 543 381,79

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Wygenerowane nowe miejsca pracy

Oszacowano, że program „Europe Senior Tourism” łącznie (w obszarze recepcji turystycznej oraz w obszarach wysyłających) wygenerował bezpośrednio 609 nowych miejsc pracy. Najwięcej nowych miejsc pracy powstało w hotelach (294) i restauracjach (156). Na potrzeby obsługi imprez kulturalno-sportowych powstało 50 nowych miejsc pracy, natomiast w biurach podróży 44.

Liczbę miejsc na rynku pracy z uwzględnieniem poszczególnych usługodawców prezentuje tabela 6. Dla porównania przedstawiono w niej

także liczbę miejsc pracy istniejących przed rozpoczęciem realizacji programu.

Tabela 6. Liczba miejsc pracy według usługodawców zaangażowanych w program

Usługodawcy	Liczba istniejących miejsc pracy (w tys.)	Liczba miejsc pracy wygenerowanych w programie
Hotele	324,0	294
Restauracje	1 120,2	156
Transport drogowy	182,2	35
Transport kolejowy	18,4	-
Transport wodny	2,9	-
Transport lotniczy	39,0	15
Biura podróży	57,9	44
Wynajem samochodów	25,5	15
Obsługa imprez kulturalno-sportowych	377,8	50
Ogółem	2 709,9	609

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Oplacalność inwestycji dla budżetu Hiszpanii

W celu oszacowania oplacalności inwestycji dla budżetu Hiszpanii wzięto pod uwagę następujące elementy: wpływy z ubezpieczeń społecznych, oszczędności związane ze zmniejszeniem nakładów na przeciwdziałanie bezrobociu, wpływy z podatku dochodowego, wpływy z podatku VAT oraz wpływy z podatków od dochodu przedsiębiorstw.

Całkowite wpływy do budżetu państwa związane z realizacją programu prezentuje tabela 7. Wyniosły one blisko 7 mln euro, z czego największe znaczenie miały oszczędności związane z mniejszymi nakładami na bezrobocie (ponad 3 mln euro), co przede wszystkim było związane z powstaniem kilkuset nowych miejsc pracy.

Dokonując szczegółowej analizy wpływów według rodzajów zaangażowanych przedsiębiorstw (tab. 8 i 9), w przypadku pierwszych trzech płatności największe wpływy wygenerowała branża hotelarsko-gastronomiczna. Znaczące są także wpływy związane z obsługą imprez kulturalno-sportowych i wynajmem samochodów (tab. 8).

Tabela 7. Wpływy do budżetu państwa uzyskane w wyniku realizacji programu

Rodzaj płatności	Wpływy (euro)
Ubezpieczenia społeczne	1 795 925
Oszczędności ze zmniejszonych nakładów na bezrobocie	3 030 386
Podatek dochodowy	959 458
Podatek VAT	1 092 359
Podatek dochodowy przedsiębiorstw	110 509
Ogółem	6 988 636

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Tabela 8. Wpływy do budżetu państwa uzyskane w wyniku realizacji programu według rodzajów przedsiębiorstw

Rodzaj przedsiębiorstw	Wpływy z ubezpieczeń społecznych (euro)	Oszczędności ze zmniejszonych nakładów na bezrobocie (euro)	Podatek dochodowy (euro)
Hotele i restauracje	1 262 226,8	2 239 850,34	638 563
Transport drogowy	117 257,1	175 674,54	81 395
Transport lotniczy	105 129,3	73 197,72	80 080
Biura podróży	128 282,0	219 593,17	65 696
Obsługa imprez kulturalno-sportowych i wynajem samochodów	183011,7	322 069,98	93 724
Ogółem	1 795 924,9	3 030 385,75	959 458

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Tabela 9. Wpływy do budżetu państwa uzyskane w wyniku realizacji programu według rodzajów usług

Rodzaj usług	Wpływy z podatku VAT	Wpływy z podatku od dochodu przedsiębiorstw
Usługi noclegowe	249 122,97	32 025,95
Zakup napojów w hotelach, barach itp.	111 953,75	16 551,02
Transport drogowy	20 925,63	3 711,62
Transport lotniczy	27 833,18	2 403,71
Wycieczki	38 936,33	3 536,26
Inne (np. rozrywka i opieka rezydenta, zakupy)	643 586,78	50 389,33
Ubezpieczenia	-	1 891,16
Ogółem	1 092 358,64	110 509,04

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

W przypadku podatku VAT i podatku od dochodu przedsiębiorstw największe znaczenie miały: rozrywka i opieka rezydenta oraz inne wydatki w obszarze recepcji turystycznej, a także usługi noclegowe (tab. 9).

Biorąc pod uwagę koszty związane z udzieleniem dofinansowań dla uczestników (ok. 4,8 mln euro) oraz opłaty związane z ubezpieczeniami (0,4 mln euro) całkowita inwestycja rządu hiszpańskiego wyniosła blisko 5,28 mln euro, natomiast wpływ z podatków 6,98 mln euro. **Opłacalność programu dla rządu Hiszpanii** oszacowano więc średnio na ponad 1,7 mln euro.

5. Znaczenie ekonomiczne programu dla obszarów wysyłających turystów

Aby określić ekonomiczne znaczenie programu dla obszarów wysyłających turystów analizie poddano: wygenerowaną aktywność ekonomiczną, powstałe nowe miejsca pracy oraz opłacalność inwestycji dla administracji poszczególnych krajów.

W przypadku **wygenerowanej aktywności ekonomicznej** największe znaczenie miały: wpływy ze sprzedaży pakietów turystycznych przez biura podróży, wpływy z transportu lotniczego oraz wydatków promocyjno-administracyjnych. Tabela 10 prezentuje wygenerowaną aktywność ekonomiczną wynikającą ze sprzedaży pakietów turystycznych poszczególnych obszarów wysyłających oraz związane z nią stworzone nowe miejsca pracy. Ze względu na większą liczbę uczestników programu, kraje z dofinansowaniem 100 euro wytworzyły w tym przypadku większą aktywność ekonomiczną (0,99 mln euro).

Całkowita aktywność ekonomiczna powstała w wyniku sprzedaży pakietów turystycznych wyniosła niemal 1,2 mln euro, natomiast szacowana liczba nowych miejsc pracy 56. Największą aktywność ekonomiczną wykształciły przy tym kraje, w których było najwięcej uczestników programu: Polska i Grecja. W krajach tych powstało także najwięcej nowych miejsc pracy.

W przypadku transportu lotniczego, którego przychody dotyczyły obszarów wysyłających aż w 80%, szacowane wpływy wyniosły ponad 5,4 mln euro. Ponadto, na potrzeby programu w liniach lotniczych obsługujących

program powstało 28 nowych miejsc pracy. Wpływy z wydatków promocyjno-administracyjnych wyniosły ponad 0,1 mln euro.

Na podstawie omówionych danych szacuje się, że program „Europe Senior Tourism” przyniósł obszarom wysyłającym w sumie ponad 6,6 mln euro i wytworzył 84 nowe miejsca pracy.

Tabela 10. Wykształcona aktywność ekonomiczna związana ze sprzedażą pakietów turystycznych i szacowana liczba nowych miejsc pracy powstałych w wyniku sprzedaży pakietów turystycznych na obszarach wysyłających

Obszar wysyłający z uwzględnieniem wielkości dofinansowania	Wygenerowana aktywność ekonomiczna (euro)	Szacowana liczba nowych miejsc pracy powstałych w wyniku sprzedaży pakietów turystycznych
Słowacja	1 241,8	0
Polska	188 026,6	12
Czechy	15 356,3	1
Ogółem kraje z dofinansowaniem 150 euro	204 624,7	13
Austria	13 956,9	0
Belgia	7 598,7	0
Bułgaria	40 358,9	3
Dania	34 948,8	2
Francja	5 831,1	0
Grecja	409 589,9	18
Holandia	54 963,7	2
Irlandia	149 719,4	4
Włochy	146 573,3	5
Portugalia	17 034,4	1
Rumunia	106 228,9	8
Ogółem kraje z dofinansowaniem 100 euro	986 804,2	43
Ogółem we wszystkich krajach	1 191 428,9	56

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

Analizę **opłacalności inwestycji dla administracji poszczególnych krajów** oparto na szacunkowych danych – zastosowano obowiązujący w Hiszpanii system podatkowy. Podobnie, jak w przypadku obszaru re-

cepcji turystycznej, wzięto tu pod uwagę następujące wskaźniki: wpływy z ubezpieczeń społecznych, oszczędności związane ze zmniejszeniem nakładów na przeciwdziałanie bezrobociu, wpływy z podatku dochodowego, wpływy z podatku VAT oraz wpływy z podatków od dochodu przedsiębiorstw. Całkowite wpływy do budżetu poszczególnych krajów wynikające z poszczególnych płatności wyniosły ponad 1,2 mln euro (tab. 11).

Tabela 11. Wpływy do budżetu poszczególnych państw uzyskane w wyniku realizacji programu

Rodzaj płatności	Wpływy (euro)
Ubezpieczenia społeczne	344 001
Oszczędności ze zmniejszonych nakładów na bezrobocie	422 487
Podatek dochodowy	223 294
Podatek VAT	229 995
Podatek dochodowy przedsiębiorstw	16 998
Ogółem	1 236 775

Źródło: *Evaluation of the profitability...* (2010).

6. Opłacalność programu – wnioski końcowe

Zaprezentowana analiza wyraźnie pokazuje pozytywny wpływ Programu „Europe Senior Tourism” zarówno na gospodarkę kraju recepcji turystycznej, jak i krajów wysyłających turystów. Nasuwają się następujące wnioski:

- całkowity przychód z programu dla kraju destynacji turystycznej (zakup pakietów turystycznych i wydatki uczestników w obszarze recepcji turystycznej) wyniósł ponad 22,5 mln euro,
- program wygenerował 609 nowych miejsc pracy w sektorze turystycznym,
- połowa wpływów z programu dotyczyła branży hotelarsko-gastronomicznej; ponadto w hotelach powstało najwięcej nowych miejsc pracy – 48,3% wszystkich wygenerowanych przez program,
- branża hotelarsko-gastronomiczna wytworzyła 65,1% wpływów z podatków,

- w przypadku obszarów wysyłających turystów, program przyniósł dochód ponad 6,6 mln euro i stworzył 84 nowe miejsca pracy w sektorze turystycznym,
- realizacja programu złagodziła zjawisko sezonowości – jedynie w marcu i kwietniu zaobserwowano niewielką sezonowość,
- dofinansowanie hiszpańskiego rządu wyniosło 22% całego kosztu programu; szacuje się, że za każde zainwestowane w programie 1 euro rząd Hiszpanii otrzymał 1,32 euro z podatków,
- ponad 1,2 mln euro wyniosły wpływy krajów wysyłających turystów otrzymane z podatków (ok. 27,48 euro na 1 uczestnika).

Podsumowując rozważania, szacuje się, że przy całkowitej inwestycji rządu hiszpańskiego, która wyniosła blisko 5,28 mln euro, w programie wypracowano 24,2 mln euro nadwyżki w bieżącym bilansie płatniczym. Program przyczynił się znacząco do zwiększenia atrakcyjności obszarów recepcji turystycznej, zwiększenia ich konkurencyjności gospodarczej oraz ogólnej stymulacji rozwoju (Górska 2010).

Ze względu na utrzymującą się w Europie tendencję do starzenia się społeczeństw, poprawiającą się ogólną sytuację finansową sektora osób starszych i jego dużą siłę nabywczą, inicjatywy z zakresu turystyki społecznej mają duże szanse powodzenia. W przypadku krajów, w których pojawia się problem sezonowości, stanowią one atrakcyjną możliwość poprawienia sytuacji ekonomicznej branży turystycznej. Program „Europe Senior Tourism” przyczynił się bowiem do poprawy struktury sezonowości w turystyce, zwiększenia zatrudnienia w sektorze turystycznym oraz związanego z nim wzrostu gospodarczego, a także integracji mieszkańców krajów europejskich.

Ze względu na znaczące korzyści społeczno-ekonomiczne realizowana jest już kolejna edycja programu, w której wytypowano trzecią destynację turystyczną w Hiszpanii – region Walencji¹⁰. Dodatkowo, partycypujące w programie biura podróży, doceniając ekonomiczne znaczenie sektora osób starszych na rynku turystycznym, rozpoczęły kreowanie własnej oferty, zbliżonej do programu „Europe Senior Tourism”.

¹⁰ Od października 2010 r. program obejmuje hotele na Costa del Sol, Costa de la Luz, w Almerii i Grenadzie (Andaluzja), na Majorce, Minorce i Ibizie oraz w kurortach: Benidorm, Gandia i Peñíscola (region Walencji).

Literatura

- Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce. Stan, szanse i zagrożenia*, 2007, Instytut Turystyki, Warszawa.
- Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce*, 2010, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa.
- Evaluation of the profitability and economic impact generated by the Europe Senior Tourism Programme. Working document*, 2010, Innova Management.
- Górska E., 2010, *Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii*, Acta Scientiarum Poloniarum, Oeconomia, 9 (4).

Strony internetowe

- www.beefree.pl (09.12.2010)
- www.europeseniortourism.eu (09.12.2010)
- www.eximttours.pl (09.12.2010)
- www.invitatio.com.pl (09.12.2010)
- www.neckermann.pl (09.12.2010)
- www.rainbowtours.pl (09.12.2010)
- www.seniorzy.pl (09.12.2010)
- www.stat.gov.pl (09.12.2010)
- www.travel-senior.com.pl (09.12.2010)
- www.travel-senior.pl (09.12.2010)
- www.wakacjedlaseniorow.pl (09.12.2010)